



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**MANAJEMEN MEDIA BERBASISKAN VIDEO
SINGKAT:
STUDI KASUS MEDIA 20DETIK**

SKRIPSI



Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Regina Bertha Utami Kumala

14140110044

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2018**

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan dari hasil plagiat karya ilmiah orang lain atau lembaga lain, serta semua karya yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 Agustus 2018



Regina Bertha Utami Kumala

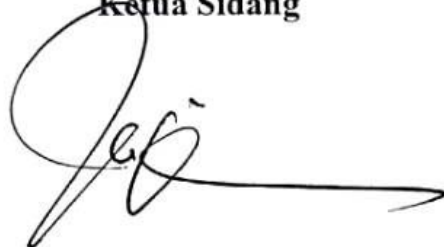
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
“Manajemen Media Berbasiskan Video Singkat:
Studi Kasus Media 20Detik”
oleh

Regina Bertha Utami Kumala

Telah diujikan pada hari Senin, 30 Juli 2018, pukul 11.30 s.d 13.00
dan dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang



F.X Lilik Mardjianto, M.A.

Penguji Ahli



Rony Agustino Sahaan, M.Si.

Dosen Pembimbing



Harry, S.I.Kom., M.A.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Inco Hary Perdana S.I.Kom., M.Si.

HALAMAN PERSEMBAHAN



UMMN

"I can do all this through Him who gives me strength."

and, "He has made everything beautiful in it's time"

(Philippians 4:13 & Ecclesiastes 3:11)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Skripsi ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi siapapun yang hendak meneruskan penelitian lebih dalam mengenai manajemen media di perusahaan media 20Detik, atau Detikcom. Hal pertama yang ingin penulis ucapkan adalah rasa puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas penyertaan dan penguatan-Nya selama proses penyusunan skripsi ini.

Dalam proses penyusunan laporan kerja magang, penulis bersyukur atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih atas bantuan, dukungan, doa, serta bimbingan yang telah diberikan, kepada:

1. Kedua orang tua penulis dan kakak penulis yang selalu memberikan dukungan doa, moral, materi, hiburan, dan kasih yang luar biasa selama proses pengerjaan skripsi ini.
2. Harry, S.I.Kom., M.A., sebagai pembimbing penulis selama proses pengerjaan skripsi hingga akhir, serta menambah ilmu dan memotivasi penulis selama masa perkuliahan.
3. Para informan 20Detik, Gagah Wijoseno, Ayunda Windyastuti, Abdul Haris, dan Nanang Supriyatna yang sudah bersedia meluangkan waktunya dan kooperatif menjadi narasumber di penelitian ini.
4. Joseph Pradipta selaku supporter peneliti yang memberikan dukungan dan pengertian bagi peneliti.
5. Teman-teman *Skripsweet* yang telah mengisi hari-hari peneliti dalam tiga bulan terakhir dan berjuang bersama: Valerie Dante, Nathania Clairine dan Adhyra Ramadiani. Terimakasih atas kehadiran, dukungan, dan motivasi yang diberikan.
6. Teman-teman terdekat penulis selama masa perkuliahan, terkhusus: Kezia Maharani, Gabriella Stephanie, Elisabeth Mutiara, Analuna Manullang, Sabrina Irene, Rosa Cindy, Ivana Livia, Eka Aprilia, Livia Kristianti, Nonna Sabrina, dan Bella Anastasya.

7. Teman terdekat CC The VOW, terkhusus: Deborah Christianty, Jessica Que, Joana Emily, Pinita Arbatin, Ci Ruth Veve, dan Ko Chandra.
8. Teman-teman terdekat penulis yang selalu hadir untuk penulis: Ajeng Sespiani, Natasia Belinda, Stifanny Christin, Gabrielle Priscilla, Twinna Vlug, Natalia Sotya.
9. 'Dongsaeng Club', teman penulis yang selalu menghibur dan mengisi hari-hari peneliti dengan segala topik bahasan *entertainment*: Indah Nainggolan & Veni C. Talimbo
10. Para dosen Jurnalistik dan mata kuliah umum Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan pembelajaran serta bimbingan.
11. Dan teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
Terima kasih sudah menjadi bagian dari kisah perjuangan penulis dalam menggapai gelar ini.

Peneliti berharap skripsi ini dapat berguna dan menjadi sumber informasi dan inspirasi bagi para pembaca

Tangerang, 13 Agustus 2018



Regina Bertha Utami Kumala

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	<i>i</i>
HALAMAN PERNYATAAN.....	<i>ii</i>
HALAMAN PERSETUJUAN.....	<i>iii</i>
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	<i>iv</i>
KATA PENGANTAR.....	<i>v</i>
ABSTRAK.....	<i>vii</i>
DAFTAR ISI.....	<i>viii</i>
DAFTAR TABEL.....	<i>xi</i>
DAFTAR BAGAN.....	<i>xii</i>
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.6 Keterbatasan Penelitian.....	8
BAB II KERANGKA TEORI.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Teori atau Konsep yang digunakan.....	10
2.2.1 Inovasi Manajemen Media.....	10

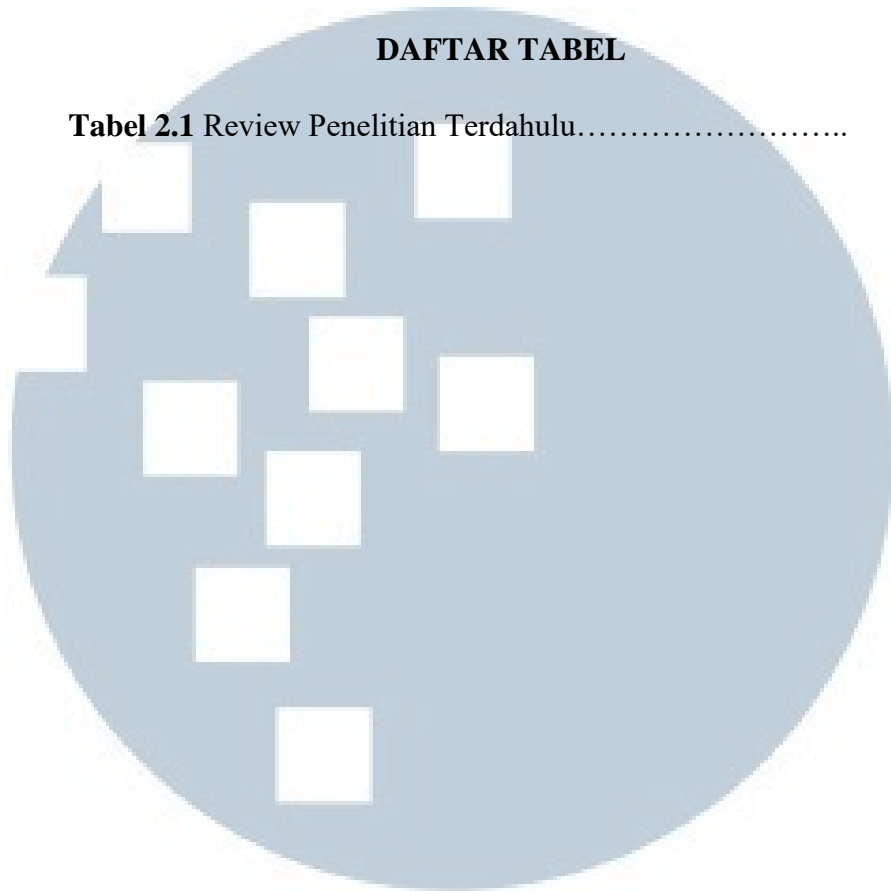
2.2.1.1 <i>Approach</i>	10
2.2.1.1 <i>Impact</i>	15
2.2.1.1 <i>Convergence and Innovation as a Product</i>	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Paradigma Penelitian.....	26
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	27
3.3 Metode Penelitian.....	28
3.4 Key Informan dan Informan.....	30
3.5 Teknik Pengumpulan.....	32
3.6 Keabsahan Data.....	34
3.7 Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	36
4.4.1 Detikcom.....	36
4.1.2 20Detik.....	38
4.2 Hasil Penelitian.....	41
4.2.1 <i>Approach</i>	41
4.2.2 <i>Impact</i>	60
4.2.3 <i>Convergence and Innovation as a Product</i>	71
4.3 Pembahasan.....	97
4.3.1 Manajemen <i>Approach</i> yang Diterapkan di 20Detik.....	97

4.3.2 Manajemen <i>Impact</i> yang Diterapkan di 20Detik.....	107
4.3.3 Manajemen <i>Convergence and Innovation as a Product</i> yang Diterapkan di 20Detik	115
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	128
5.1 Simpulan.....	128
5.2 Saran.....	129
5.2.1 Saran Akademis.....	130
5.2.2 Saran Praktis.....	131
DAFTAR PUSTAKA.....	132
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu..... 9



UMN

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Detikcom.....	38

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

MANAJEMEN MEDIA BERBASISKAN VIDEO

SINGKAT: STUDI KASUS MEDIA 20DETIK

ABSTRAK

Oleh: Regina Bertha Utami Kumala

Perkembangan teknologi dan media mempengaruhi proses manajemen perusahaan media. Dalam mengelola manajemen perusahaan media, manajer media memegang peranan penting untuk menentukan masa depan perusahaan. Pada penelitian ini, manajer media melakukan pengelolaan terhadap redaksi media 20Detik, notabene media hasil inovasi Detikcom dalam mempertahankan dan memperbaharui produksi kontennya. Saat ini, audiens terpantau memegang kontrol media dalam memproduksi konten berita. Manajer media juga mendorong kinerja dan memperhatikan kebutuhan para karyawan untuk meningkatkan produktivitas. Untuk mencapai tujuan yang maksimal, manajer media menerapkan konsep manajemen inovasi media dalam kegiatan organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana manajemen media yang dilakukan oleh perusahaan media yang berbasiskan video singkat di 20Detik dengan metode studi kasus. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah tiga konsep utama manajemen media, yaitu *Approach*, *Impact*, dan *Convergence and Innovation as a Product*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajer media redaksi 20Detik menerapkan sebagian besar konsep dari *Approach*, *Impact*, dan *Convergence and Innovation as a Product*.

Kata kunci: *manajemen media, inovasi, audiens, 20Detik, video singkat, kinerja karyawan.*



**MEDIA MANAGEMENT OF MEDIA WITH SHORT VIDEO
BASED:
A CASE STUDY OF 20DETIK
ABSTRACT**

By: Regina Bertha Utami Kumala

Technology and media affected process of media management. A media manager plays an important role in determining the future of the company. In this research discussed a media manager who manages media 20Detik, media posts from Detikcom's in maintaining and renewing its content production. Currently, audience holds enough to control media in producing news content. A media manager also encourage employee's performance and observes to the needs of employees to increase productivity. The research provides the concept of media management with case studies in 20Detik. To achieve a maximum goals media managers apply the concept of media innovation management to organizational activities. This study aims to see how media management carried out by companies based on short videos in 20Detik using case study method. There's three concepts of media management that used in this study, such as *Approach*, *Impact*, and *Convergence and Innovation as a Product*. The results of this study indicate that the media manager of 20Detik applies most of the concepts from *Approach*, *Impact*, and *Convergence and Innovation as a Product*.

Keywords: media management, innovation, audience, 20Detik, short video, employee performance

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA